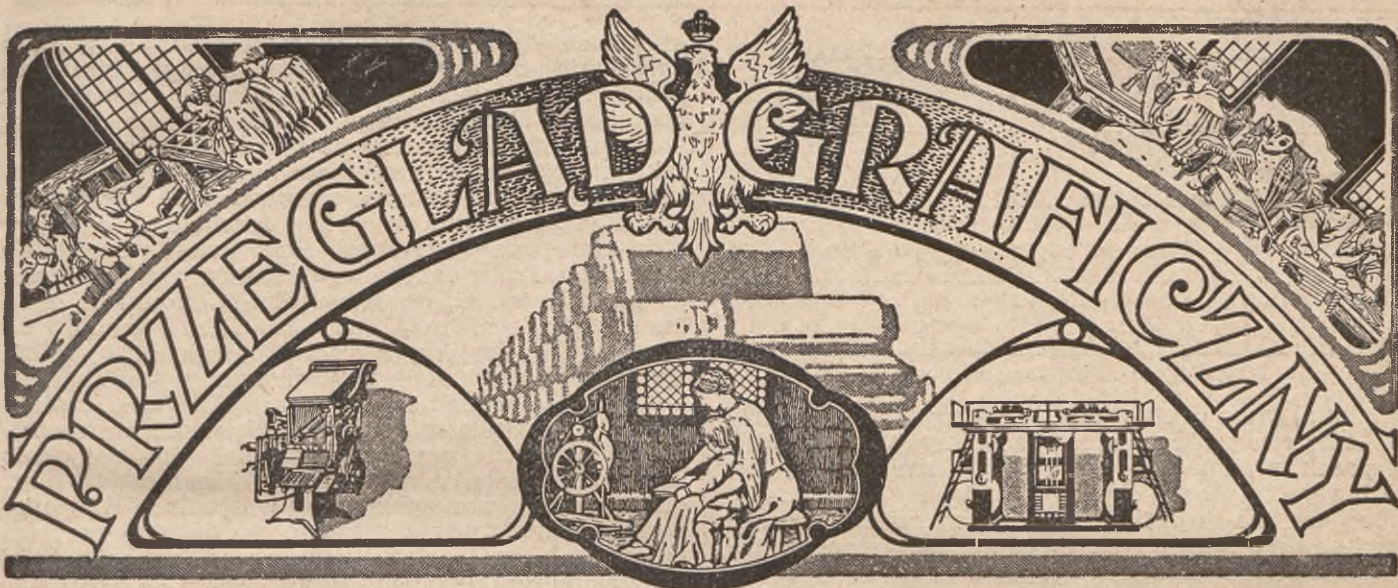
Nr. 2. Poznań, dnia 10 stycznia 1925. Roeznik 6.



Organ Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu.
Organ Stowarzyszenia Drukarzy i pokrewnych zawodów Polski Zachodniej z siedzibą w Poznaniu.

Niecoś o rostawianiu kolumn.

Jaką nadzwyczajną wielostronność i rozmaitość w rozstawianiu kolumn wykazać można, o tem miał znowu sposobność przekonać się niżej podpisany w jednej z drukarń miejscowych. Miano tam bowiem wykonać jaknajspieszniej małą broszurę o objętości 56 stronic i nakładzie 15.000 egzempl. W tym celu wypracował drukarz-maszynista następujący, praktyczny szemat rozstawienia kolumn.

33	37	44	17	24	1	8
56	52	45	32	25	16	9
53	49	48	29	28	13	12
36	40	41	20	21	4	5
35	39	42	19	22	3	6
54	50	47	30	27	14	11
55	51	46	31	26	15	10
34	38	43	18	23	2	7

Do odwracania

Linje tłuste oznaczają miejsce przecięcia arkusza.

Każdy drukarz przyznać musi, że zadanie to rozwiązane zostało bardzo trafnie i pomysłowo. Po pierwsze można było drukować całą broszurkę w jednej formie, a po drugie w ten sposób wykorzystany został w pełni dany format papieru bez pozostawienia jakichkolwiek odpadków. Forma składa się z trzech arkuszy 3-krotnie składanych. Dolny pasek (str. 33—36 i 53—56) przynależy do rozpoczynającego się stroną 37 arkusza, której w tenże pasek zostaje wkładany.

Przy innej sposobności rozchodziło się o korzystne rostawienie katalogu o objętości 160 stronic, z których 40 miało być każdorazowo drukowanych. Wzór 1 przedstawia nam taką formę.

Jakkolwiek forma ta jest dobrze rozstawiona, to jednakże drukarz praktyczny tylko w wyjątkowych wypadkach zdecyduje się na zastosowanie podobnego rozwiązania kwestji i to już z tego prostego powodu, że arkusz w tym wypadku musiałby zostać odwracany (umstülpt), co pociąga — by osięgnąć dokładny rejestr — żmudne i uciążliwe punktowanie pracy poza sobą. By tego uniknąć, musimy postępować według lepiej przemyślanego wzoru 2-go.

40	33	20	29	32	17	4	13	16	1
37	36	21	28	25	24	5	12	9	8
38	35	22	27	26	23	6	11	10	7
39	34	19	30	31	18	3	14	15	2

Wzór I do odwracania (umstülpen).

Forma I.

8	9	12	5	56	57	60	53	68	77
1	16	13	4	49	64	61	52	69	76
24	25	28	21	40	41	44	37	72	73
17	32	29	20	33	48	45	36	65	80

Forma II.

78	67	54	59	58	55	6	11	10	7
75	70	51	62	63	50	3	14	15	2
74	71	38	43	42	39	22	27	26	23
79	66	35	46	47	34	19	30	31	18

Wzór II do przewracania (umschlagen),

Tutaj przez drukowanie formą przeciwną po stronie odwrotnej (Gegenform) osięgamy tę dogodność, że pasek, przeznaczony do odcięcia, znajduje się raz po lewej, inny raz po prawej stronie arkusza. Po przecięciu (na linjach tłustych) otrzymujemy 5 arkuszy 3-krotnie składanych, co przedstawia znowuż pokaźne ułatwienie dla introligatora.

Z przytoczonych przykładów dostrzegamy, w jak rozliczny sposób i z jaką korzyścią da się przeprowadzić umiejętne rozstawianie kolumn. To też każdy fachowiec, a szczególnie ten, który pretendować zamyśla do objęcia stanowiska kierowniczego, winien uważać za swój obowiązek, by możliwie jaknajdokładniej zapoznać się z rozmaitemi przejawami i manipulacjami rozstawiania.

Dzielni i w tym względzie doświadczeni drukarze winni poczytywać sobie jako zaszczyt, by przez ogłaszanie podobnych przykładów w pismach fachowych umożliwić młodej braci drukarskiej, dążącej do zdobycia wiedzy fachowej, dalsze doskonalenie się i na tem polu naszej czarnej sztuki. Jedynie korzystne rozstawianie nie polega — według mego mniemania — na ustawieniu 8, 16, 24, 32 i więcej stronic i to dla tego, że odbywa się ono przeważnie mechanicznie, lecz na dobrze przemyślanem opracowaniu praktycznego szematu z jakiegoś wchodzącego w rachubę formatu papieru, co się zresztą po dziś dzień bardzo często zdarza. *K. I.*

Składacz a reklama.

Cóż składacz ma wspólnego z reklamą?

Nie da się zaprzeczyć, że wysokość nakładu odpowiedniego pisma stanowi ważny czynnik w kierunku osiągnięcia pożądanego skutku ogłaszających się firm, atoli ostateczny wynik reklamy zależnym jest od składacza.

Składacza to zasługą, jeżeli pomiędzy licznemi ogłoszeniami konkurencji tysiączna rzesza czytelników poświęci uwagę temu lub owemu ogłoszeniu, które on z specjalną starannością i pomysłowością zestawił i tak przed innemi wyróżnił. Tak samo jak z ogłoszeniem, ma się rzecz z plakatami, kartkami ulotnemi, okólnikami itp., które poczta lub roznosiciele doręczają.

Ażeby więc agitacja ogłoszeniowa nie chybiła celu, wymaga wszelka drukowana reklama poza umiejętnością pisarza zręczności i zmysłu artystycznego składacza. Wszelkie frazesy i argumenty, dowodzące dobroci i taniości towaru, będą daremnemi, jeżeli ogłoszenie zestawionem nie zostanie tak, by nań zwrócić musiał uwagę i czytelnik, który przypadkowo tylko daną gazetę wziął do ręki.

Największe błędy popełnia się pod względem zestawu ogłoszenia, zastosowując czcionki nieodpowiednie lub zestaw sam fałszywie budując. Z wyglądu ogłoszenia odnosi czytelnik najpierwsze wrażenie. Składacz powinien sobie uprzytomnić, że porządek przyciąga, chaos odpycha. Jeżeli się używa kliszy, powinna ona harmonizować z czcionkami — jest to fakt, którego się bardzo często nie uwzględnia. Niektóre ogłoszenia wywierają wrażenie, że się składaczowi w pierwszym wypadku rozchodziło o to, by móc zastosować jak największe pismo. Często się dają zauważyć w gazetach ogłoszenia, podobne raczej do plakatu, aniżeli do ogłoszenia. Czcionki do ogłoszeń w prasie nie powinny być większe ponad 3 cicero, gdyż gazetę czyta się na odległość 30—40 cm i w tym wypadku duże pismo nie wywołuje tego wrażenia, jak na odległość większą. Również należy unikać zestawu z samych wersałków, gdyż zwyczajne pismo łatwiej przeczytać się da. Tak samo nie używać za wiele czarnych linij i ornamentów, gdyż przedstawiają one ogłoszenie w stanie jakby niewykończonym, wskutek czego wzrok, nie przyciągnięty, pobiegnie dalej, ażeby spocząć na ogłoszeniu gustowniej zestawionem.

Mówi się, że zestaw ogłoszenia to najlepsza miara do mierzenia poziomu zmysłu artystycznego składacza — lecz mówi się też, że składacze w Polsce starają się za pomocą wrodzonej inteligencji wypielęgnować w sobie to poczucie piękna, tak konieczne w ich zawodzie.

Zwyczajna obwódka, czytelne pismo i odpowiednio zastosowana biała przestrzeń stwarzają ogłoszenie, które i kupcowi klijentów i składaczowi uznanie przyniesie. *M.*

Prasa a społeczeństwo.

Często w chwilach uroczystych mówi się o potędze prasy, jej znaczeniu — nazywając ją siódmem mocarstwem, ale inaczej nieraz bywa w życiu codziennem. Szczególniej gorzki żywot ma nasza prasa na prowincji. Żąda się od niej usług, a naturalnie bezpłatnych, stania na poziomie wielkich wydawnictw stołecznych, posiadających tysiące czytelników — nawzajem ze swej strony nie daje się jej nic. Prenumeraty płacić nie warto, bo i tak, jakoś pismo przychodzić będzie, ogłoszeń też się nie opłaca dawać, „bo mnie i tak cała okolica zna“ — mówi kupiec. I w takich warunkach ma pracować i to owocnie prasa prowincjonalna!!

Należy jednak zastanowić się głębiej nad zadaniem wogóle prasy, a szczególniej nad rolą jej na prowincji.

Czytelnictwo pism jest dla wielu szkołą wyrobienia obywatelskiego i społecznego, uzupełniając w ten sposób braki nauki szkół zaborców. Państwo Polskie dało swym obywatelom szerokie prawa, jednak znaczna część obywateli jest do tego nie przygotowaną i przed prasą leży tu wielkie pole do pracy. Są setki tysięcy takich, którzy wogóle do szkoły nie chodzili, chcą się zaś oświecać i korzystać z praw obywatelskich. Zresztą, czy dziś w dobie rozwoju, wprost olbrzymiemi krokami idącej nauki, mógłby ktokolwiek nie pozostać w tyle, gdyby z dzienników nie uzupełniał swych wiadomości. To są czynniki, które oddziaływują na jednostkę.

Do zadań prasy należy oświetlanie pewnych zagadnień ogólnych lub specjalnych, łączenie poszczególnych faktów oderwanych w całokształt, wreszcie wytwarzanie opinji zbiorowej. Bez współpracy z prasą nie może być mowy o dobrej działalności rzą-

du, bądź jakiejkolwiek organizacji, gdyż one bezpośrednio nie będą w możności dotrzeć same do tych olbrzymich, szerokich sfer ludności. Te zadania spełniać mogą wielkie pisma wielkomiejskie, lecz istnieje cały szereg zagadnień miejscowych, które obchodzą mieszkańców tylko danej okolicy. Zadaniem prasy jest śledzenie miejscowych objawów życia społecznego, wpływanie nań w odpowiednim kierunku. Szczególniej zagadnienia społeczno-ekonomiczne — nie mogą być odpowiednio rozwiązane bez nawiązania ścisłej spójni z prasą miejscową. Często organizacje społeczne proszą o umieszczenie takiego lub innego komunikatu o odczycie, balu zebraniu i t. p. I na tem się kończy zwykle ich współpraca. Jest to zbyt mało — rezultatem tego jest tak nadzwyczaj nikły rozwój życia organizacyj społecznych w Polsce.

Społeczeństwo, jeżeli ma współpracować z pewną organizacją, winno być powiadamiane o jej zadaniach, planach i pracach. Wtedy tylko nawiąże się ten ścisły, a tak konieczny stosunek między społeczeństwem a organizacjami. Na łamach pism winny być omawiane metody pracy, konieczne reformy w niej i t. d. W ten sposób społeczeństwo nauczy się rozumieć zagadnienia społeczne. Jednocześnie na te organizacje winien spaść obowiązek dopilnowania, aby jaknajszersze sfery kupowały i czytały pisma. W tym też kierunku winna pójść agitacja wśród członków stowarzyszenia i jego sympatyków. Im więcej czytelników będzie liczyło pismo, tem szerzej dotrą organizacje społeczne z wiadomościami o swej działalności.

Społeczeństwo polskie jeszcze nie umie czytać — weźmy wzór choćby z naszych najbliższych sąsiadów zachodnich, ze Szwecji lub małej Finlandji, to przekonamy się równocześnie, że ich pisma prowincjonalne liczą nieraz więcej czytelników, niż nasze stołeczne — wielkie dzienniki — bo tam każdy wypisuje jedno lub więcej pism. A u nas ile to rodzin nie trzyma ani jednego pisma ogólnego, nie mówiąc już o specjalnych zawodowych. Rezultaty tego są widoczne: tam bogactwo i wiedza, u nas bieda i ciemnota.

Obowiązkiem więc wszystkich jest współpraca z polską prasą, gdyż wtedy wspólnemi siłami uda się to urzeczywistnić, czego w pojedynkę i w rozproszeniu nie zdołamy zdziałać.

(Dz. Kuj.) *W. Zembrzuski.*

Powódź gazetowa.

„Dziennik Bydgoski“ pisze w korespondencji warszawskiej:

Zamilkły maszyny drukarskie, które na rozkaz Sejmu płodziły coraz to nowe emisje naszych „marek“, w świat poszedł dumnie złoty polski. Zapracowane, a może nawet przepracowane maszyny umilkły. Odetchnęło społeczeństwo. Aż tu nowa powódź... Powódź? Tak, powódź! Nowe emisje przeróżnych czasopism zalały rynek społeczny. Już erudyt zaciera ręce, że społeczeństwo nasze kulturalnieje, że zwiększa się poczytność, że społeczeństwo się oświeca. Już literat zmęczony nad biurkiem w jakimś urzędzie, czy biurze handlowem, raduje się, że rozpocznie swą pieśń duszy, że rozkocha czytelników w pięknie, powiedzie ich na Olimp, czy na zaczarowane, ułudne wyżyny zachwytu, i stamtąd pokaże im świat, babrzący się w złocie i błocie. Już zredukowany w swoim czasie dziennikarz, który poci się nad wycinkami gdzieś w zastęchłej prowincji, marzy o powrocie do stolicy, aby wreszcie w inkauście zanurzyć pióro, rzucić precz stępiałe od nadmiernej pracy nożyce i szukać w pokłosiu wypadków aktualności, miast ślęczyć nad zadrukowaną przez „szczęśliwców“ bibułą i wybierać rzeczy „najważniejsze“: polityczne ze świata, prowincjonalne, bieżące... Już apatyczny wydawca począł się radować, że wróciły te dawne, prześnione, te piękne dobre czasy. Nawet czytelnikowi zamajaczyła miła perspektywa, że będzie mógł wybierać dowoli to, czego „dusza łaknie“. Warszawskie rotacyjne maszyny aż dudnią, białe płachty papieru idą w świat czytelniczy. Nowe tytuły, może nowi redaktorzy?

Nastąpiła konsternacja. Tak niedawno było wiadomo, że „Rzeczpospolita“ — to red. Stroński, Makuszyński, Nowaczyński, a dziś pod banderą „Warszawianki“ płyną oni na falach aktualności, szukają mielizn i głębiń w pogoni za opinją. Tak niedawno było wiadomo, że kto chce sensacji, aż nadto czerwonej, zakrwawionej, przewrażliwionej sensacji, — ten powinien czytać „Express Poranny“ lub „Kurjer Czerwony“. Tam znalazł szumne i łatwo (bodaj nawet ślepy „mankiet mógłby wymacać“!) czytające się tytuły, po przeczytaniu których mógł się nie fatygować dalszem czytaniem treści, tam znalazł wszystkie plotki, morderstwa, nadzwyczajności, które miały miejsce w rzeczywistości i głowie piszącego. Było więc wszystko na miejscu i przeciętny warszawianin wiedział, gdzie czego szukać.

Dziś? O godz. 1-ej wychodzą „Nowiny“ za 10 groszy, o godz. 2-giej „Kurjer Czerwony“ za 15 groszy i nadto wieczorem „Stołeczny Kurjer Wieczorny“ za 10 groszy. A wszystkie te pisma aż krzyczą (pomagają gazeciarzom), że są przeładowane sensacją, która donosi o nowym rozboju, szerzeniu się bandytyzmu, wykryciu nowej afery... I czyż czytelnik nie może się czuć jak tabaka w rogu? I to pachnie i to nęci. Bajka poucza, że przy pełnym żłobie owsa i siana można skończyć głodową śmiercią, a cóż dopiero może, gdy trzy przysmaki za niską cenę są do nabycia. Mam wrażenie, że wskutek tego czytelnik stanął osłupiały i czeka, aż się zostanie jeden konkurent do jego łaski i kieszeni, a szczególnie tej ostatniej.

Powiada słusznie przysłowie, że po deszczu grzyby szczególnie obficie się rodzą. Czyżby można powiedzieć, że podczas każdej stagnacji szczodrze i obficie powstają redakcje?

Ktoś, który stoi na uboczu, mógłby przypuszczać, że Warszawa odrabia swe prasowe zaległości i stąd to błogosławieństwo gazetowe. Byłoby to słuszne i zgodne ze stołecznemi konjunkturami, gdyby stare dzienniki się rozrastały i tylko następowało rozdrobnienie ideowe, gdyby czytelnictwo się zwiększało, albo gdyby nowe gazety wnosiły do dziennikarstwa nowy prąd opinji, czy też miały ambicje dzierżyć wyżej godność „wyrazicielki opinji“.

Słowo idealizm jest wyklęte z naszego słownika codziennego, ale i nasz dzisiejszy pozytywizm, czy bodaj materjalizm, zbyt przesiąknięty jest wonią banknotów lub zagłuszony dźwiękiem srebra i złota, a nierzadko tylko miedzi. Tedy i w naszych nowych gazetkach zbyt dużo czujemy tego kruszcowego dźwięku.

Ściga nas dziwny fatalizm; wpadamy zawsze z deszczu pod rynnę! Narzekaliśmy, że nasza prasa jest zbyt partyjna i oczekiwaliśmy dziennikarstwa niezależnego, aż tu los nas obdarzył... inflacją gazetową, która to ma wspólnego z nieboszczką marką,

że jest, jak ona, tanią, ale tak, jak ona, stale się „dewaluuje“.

Bodaj nie omylę się, gdy powiem, że Polacy są najbardziej „literackim“ narodem ze względu na swe nieprzeliczone bogactwo „talentów“ pisarskich, a przynajmniej takich ludzi, którzy kochają się w atramencie i pochlebia im tytuł literata. Cierpią więc biedni wskutek nieziszczonego marzenia o sławie i szukają natchnienia przy szklance „czarnej“ i na ulicy, gdy wiatr do modnych sukien szturmuje. Nic więc dziwnego, że każde nowe wydawnictwo kłania się kobiecie, tej władczyni świata, aby administracja się tuczyła.

Wszyscy więc, którzy przyklaskiwali tej powodzi gazetowej, mają kiepskie miny, gdyż nabierają przeświadczenia, że u nas zawsze maszyny drukarskie muszą coś nadaremnie puszczać w świat. Po dewaluacji następuje waloryzacja, a później stabilizacja i stagnacja, więc może wkrótce i w dziennikarstwie doczekamy się choć stabilizacji. Jednak maszyny rotacyjne mają zawsze wzięcie zapewnione.

Umieszczanie firm drukarskich na drukach.

O umieszczaniu firm drukarskich na większych jak i na mniejszych poniekąd drukach i o jej niezaprzeczonej wartości jako najprostszego i najtańszego środka reklamy, pisano już niejednokrotnie. Niestety jeszcze bardzo często zapomina się o umieszczeniu firmy równocześnie przy zestawie formy, lecz w największej części umieszcza się ją dopiero w maszynie. Przy tem zapomina się o mogących stąd wyniknąć nieprzyjemnościach, w których to wypadkach klijent dla takiego lub innego powodu nie życzy sobie umieszczenia firmy odnośnej drukarni. Stąd wypływa ta nauka, by firmę umieszczać przy zestawianiu danego druku t. zn. jeszcze przedtem, zanim odbitka wysłaną zostanie do korekty lub przeglądu. Wtenczas może się zamawiający lub autor wypowiedzieć, czy życzy sobie mieć umieszczoną na swych pracach firmę drukarską czy też nie. O ile tego nie zaznaczy, nie może następnie wnosić jakiegokolwiek sprzeciwu z powodu umieszczenia firmy, albowiem otrzymał doręczoną odbitkę.

Z chwili bieżącej.

Z Banku Polskiego. Bank Polski podaje opis falsyfikatu 20-to złotowego: Falsyfikat biletu 20-złotowego wykonany jest na papierze grubszym i sztywniejszym, z połyskiem, w dotknięciu tłustym. Wodny znak w prawym medaljonie wykonany farbą tłuszczową. Kolory farb bronzowe, czerwone i czarne występują niewyraźnie (brudne), natomiast kolor szaroniebieski zupełne niewidoczny. Strona przednia: Tło ze skomplikowanych, promiennych rysunków jest zalane i nie występuje tak wyraźnie, jak na bilecie autentycznym. Wizerunek Tadeusza Kościuszki w lewym medaljonie odbity silniej w kolorze fioletowym; cieniowanie twarzy i falowanie włosów nie uwydatnia się tak plast., jak na bilecie autentycznym. Ramy medaljonów w drobnych szczegółach zamazane, utrzymane w kolorze brudno-czerwonym. Litery tekstu wykonane w kolorze brudno-fioletowym, podczas gdy druk ten na bilecie autentycznym jest koloru szaroniebieskiego. Podpisy odmienne, przerywane, bądź zalane. Numeracja: cyfry odmienne, nierówno rozstawione. Strona odwrotna: Tło ze skomplikowanych rysunków jest przerywane, utrzymane w kolorze brudno-bronzowym. Deseń tła zwłaszcza u dołu nie jest zakończony, jak to ma miejsce na biletach autentycznych, i szczegół ten jest najuchwytniejszą podstawą rozpoznawczą. W ramach medaljonów drobne szczegóły rysunków są zamazane, cieniowanie konturów niewyraźne w kolorze ceglastym, a sam orzeł na bilecie autentycznym utrzymany jest w kolorze niebieskim. Druk oraz kompozycja litery Z i liczby 20 wykonane kolorem brudno-fioletowym, podczas, gdy na bilecie autentycznym druk jest koloru szaroniebieskiego.

Jako Sędzia Handlowy dla spraw handlowych przy Sądzie Okręgowym, obserwuję od pewnego czasu zastraszający objaw, którym miarodajne czynniki zawczasu winni się zająć, dopóki jeszcze zło da się usunąć względnie powstrzymać.

Mam tu na myśli **protesty wekslowe,** z których zasądza się na jednem posiedzeniu sądu kilkadziesiąt na łączną sumę 30—75 000 zł każdorazowo.

Nie można wszystkich tych protestów mierzyć równą miarą: Raczej należałoby je podzielić na trzy kategorje.

Pierwsza kategorja to weksle t. zw. „grzecznościowe“. Niejeden podpisujący „z grzeczności“ swemu przyjacielowi lub koledze weksel, nie zdaje sobie widocznie sprawy z tego, że za taki podpis bezwzględnie odpowiada całym swym majątkiem. Ustawodawstwo wekslowe nie zna pod tym względem żadnych wyjątków ani restrykcyj, odnośny żyrant będzie bezwzględnie pociągnięty do zapłaty.

Druga kategorja, to są ci, którzy lekkomyślnie wystawiają i wydawają weksle, nie zdając sobie widocznie sprawy z tego, że weksel ten **w terminie** bezwzględnie wykupić muszą. Nic tu nie pomogą żadne tłomaczenia, że przyrzeczono im, iż weksel będzie w danym razie prolongowany, że „jakoś to będzie“ etc.

Trzecia kategorja, to firmy na wskroś rzetelne i solwentne, lecz z powodu ogólnej stagnacji, zastoju w handlu i przemyśle, wysokich opłat podatkowych, strajków etc., popadły w chwilowe trudności finansowe i to tak dalece, że aż muszą protestować swoje weksle, których pomimo wszelkich wysiłków dla braku płynnego kapitału i niemożności osiągnięcia pretensji od własnych dłużników, wykupić w terminie nie są w stanie.

Powyższe kilka uwag skreśliłem w tym celu, ażeby miarodajnym czynnikom zwrócić uwagę na te groźne objawy, podkopujące zaufanie zagranicy do polskich kupców i przemysłowców.

Michał Kuliński.

Drukarnia pod firmą Piotrowski i Szewczak w Poznaniu przeszła z dniem 1 stycznia r. b. na wyłączną własność pana Jana Piotrowskiego, który ją też pod swojem nazwiskiem nadal prowadzić będzie.

Przedłużenie terminu konwersji pożyczek państwowych. Ministerstwo Skarbu zarządziło przesunięcie ostatecznego terminu konwersji pożyczek państwowych z 1918 i 1920 r. z dnia 31 grudnia 1924 r. na dzień 31 stycznia 1925 r.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu.

Międzynarodowy Targ Poznański.

Dla przemysłu polskiego, walczącego z trudnościami natury finansowej, kredytowej i zdanego na łaskę nikłego obrotu handlowego nawiązanie kontaktu handlowego z zagranicznemi kołami przemysłowo-handlowemi jest koniecznością. Oczywiście, że w tym kierunku doniosłą rolę spełnia Targ Poznański, pozwalając naszym wystawcom i kupiectwu zorjentować się w jakości i cenach towarów. Jest on bezsprzecznie regulatorem popytu i jako taki wywiera dominujący wpływ na ukształtowanie się konjunktury gospodarczej w związku z stabilizacją waluty w Polsce.

O umiędzynarodowieniu Targu Poznańskiego zawiadomione zostały zawczasu zagraniczne koła przemysłowo-handlowe. Wiadomość tę przyjęto tam z zadowoleniem a wyrazem zainteresowania Międzynarodowym Targiem Poznańskiem, który odbyć się ma w r. 1925 od dnia 3—10 maja, jest fakt licznych zgłoszeń ze strony pozakrajowych sfer gospodarczych. Zarząd Międzynarodowego Targu Poznańskiego otrzymał nadto bardzo wiele zapytań, dotyczących eksportu polskiego oraz stosunków handlowych w Polsce. Pod tym kątem widzenia, oceniając znaczenie Targu Poznańskiego — przemysł polski, chcąc dostosować się do obecnych wymogów gospodarczych oraz mając na względzie nawiązanie stosunków z handlem zagranicznym a przedewszystkiem swój własny interes — musi zdecydować się do gremjalnego udziału w Międzynarodowym Targu w Poznaniu 1925. Również nie należy bagatelizować faktu, że udział zagranicy w Międzynarodowym Targu Poznańskim będzie poważny i dlatego przemysł polski przez swoich reprezentantów powinien w pierwszej linji zabezpieczyć sobie stoiska na Międzynarodowym Targu w Poznaniu. Wprawdzie kierownictwo Targu Poznańskiego przystąpiło do budowy nowej olbrzymiej, o powierzchni 8.000 mkw hali, co łącznie z używalną powierzchnią terenu targowego w zamkniętych budynkach wynosi około 40 kmkw jednakże i tak zachodzi poważna obawa braku miejsca dla później mających się zgłosić wystawców.

Wreszcie najważniejszym atutem przemawiającym za licznem obesłaniem Międzynarodowego Targu w Poznaniu jest stanowisko zorganizowanego kupiectwa ziem zachodnich Rzplitej Polskiej, wyraźnie oświadczającego się za wzięciem udziału w Międzynarodowym Targu w Poznaniu. I ten argument jest najsilniejszy, albowiem przemysłowiec polski nie może lekko przejść do porządku dziennego nad faktem interesowania się Międzynarodowym Targiem w Poznaniu czynników, będących jednocześnie odbiorcami kół przemysłowych.

Walka z grafomanem.

Plagą winnic jest filoksera, plagą Polski są Żydzi, plagą pól jest szarańcza, a plagą wszystkich redakcyj na całym świecie są grafomani. Grafomani rzucają się na redakcję jak szarańcza, zasypując ją nieskończenie długiemi i nudnemi artykułami.

O ile jednak filokserę i szarańczę można wytępić względnie łatwo, Żydów zaś znacznie trudniej, o tyle grafomanów wytępić nie można żadnym sposobem. Można się przed nimi jedynie bronić, to też u nas pisma wszystkie przepełnione są tego rodzaju odpowiedziam redakcji: „Artykułu drukować nie będziemy“, „Umieściliśmy w koszu“, „Nie nadaje się do druku“ i t. d.

Tak lakonicznie odpowiada się grafomanom w Polsce. Inaczej nieco jest w Ameryce. Tam redakcja jednego z pism, nie odpowiadając na poszczególne listy, w osobnym artykuliku podaje takie rady, dla zdrowego rozsądku zbyteczne, wszystkim w czambuł prześladującym ją grafomanom: „Piszcie w krótkich, nierozwlekłych zdaniach, a zasłużycie sobie na wdzięczność czytającego. Stawiajcie więcej kropek, aniżeli przecinków, lecz nie zapominajcie ani o jednych ani o drugich. Nie podkreślajcie żadnego słowa, ani zdania.... itd., a nadewszystko myślcie o tem, ażeby to, cośce napisali, miało pewien sens i było możliwe do przeczytania“.

Czy ten system doprowadził redakcję owego pisma do pożądanych rezultatów — nie wiemy.

W kraju złotego smoka, gdzie grzeczność przesadna obowiązuje w każdej, nawet najprzykrzejszej okoliczności, — w Chinach redakcja jednego z pism tak oto odpowiada jednemu z grafomanów:

„Synu nieba! na kolanach przeczytaliśmy twój boski artykuł, który przepojony jest niezrównaną mądrością nadziemskim genjuszem. Sam Budda lepiejby nie napisał.... ale nasze biedne pismo nie jest godne, aby przyjąć wszystkie skarby twego ducha i serca“.

Co kraj, to obyczaj!

Edison jako wydawca i redaktor.

Młodość Edisona, owego największego wynalazcy na polu elektrotechniki wcale nie wskazywała na to, że ten człowiek zdobędzie sobie z czasem tak wielkie imię w nauce. Edison bowiem zaczął swą karjerę jako roznosiciel gazet i pełnił tę funkcję jako 12-letni chłopiec w pociągach Towarzystwa kolejowego „Grand Trunk Railway“ między miastem Detroit i portem Huron.

Drogę tę odbywał mały Edison codziennie, sprzedając podróżnym w wagonach nietylko gazety, ale słodycze, owoce i napoje orzeźwiające. Zarabiał tym sposobem niewielką sumkę, którą oddawał do rozporządzenia rodzicom. Towar swój nabywał w chwilach wolnych między przybyciem jednego pociągu a odejściem drugiego. Zresztą spędzał czas przeważnie w miejskiej bibljotece ludowej, która wywierała na niego urok wprost magnetyczny. Postanowił nawet po cichu przeczytać wszystkie jej książki, których było kilka tysięcy.

Zwinna osóbka Edisona stała się wkrótce na linji Huron-Detroit nader popularną. Każdy z podróżnych chętnie rozmawiał z żywym, inteligentnym chłopakiem, który przy tej sposobności łatwo pozbywał się swych towarów, zwłaszcza gazet, sprzedając ich często po 200 egzemplarzy dziennie.

Wkrótce sprytny chłopiec zwrócił uwagę na to, że czasami zapas gazet mu nie starczy.

Działo się to zawsze wówczas, gdy wiadomości, zawarte w piśmie były szczególnie ważne. Odtąd Edison stale informował się o treści gazet, które sprzedawał. Czytał tytuły artykułów i z nich orjenował się, ile będzie mógł sprzedać egzemplarzy. Było to w czasie wielkiej wojny między północnem i południowemi Stanami i zainteresowanie przebiegiem operacji wojennych było ogromne.

Razu pewnego dowiedział się Edison w drukarni, skąd brał gazety, o bitwie, która pochłonęła 50.000 ofiar. Prosił więc pewnego znajomego urzędnika, by roztelegrafował tę wiadomość po wszystkich stacjach, z tem, żeby krótki telegram przybito do tablicy, na której wypisywano opóźnienia pociągów. Efekt był nadzwyczajny. Już na pierwszej stacji wyrywano sobie pismo, którego cenę sprytny kolporter naturalnie podwyższył dwukrotnie. Na następnych stacjach omal nie przychodziło do bójek, choć sprzedawał obecnie egzemplarz po ¼ dolara. W końcu, mimo, iż zaopatrzył się w zapas 1.500 egzemplarzy, zabrakło mu gazety. Zarobił jednak na tej operacji, która świetnie charakteryzuje jego zmysł praktyczny, piękną sumkę, której użył w właściwy sobie sposób.

Oto już dawno nosił się z myślą założenia własnego pisma. Obecnie mógł to uskutecznić. Kupił więc używaną prasę drukarską i stare czcionki i zaczął redagować tygodnik p. t. „Grand Trunk Herald“.

Istotnie ten tygodnik powstawał w jednym z wagonów pociągu, gdzie pomysłowy redaktor, zecer, drukarz, wydawca i kolporter w jednej osobie zainstalował swoje maszyny. Pismo miało format 30×40 cm i przynosiło tylko wiadomości lokalne, targowe i personalne, właśnie dlatego jednak znajdowało chętnych nabywców. Liczba prenumeratów wzrasta z czasem do 400, a londyńskie „Times“ zamieściło raz wzmiankę o jedynem czasopiśmie, redagowanem, składanem i drukowanem w pociągu.

Niestety świetność ta skończyła się również nagle jak żałośnie. Edison mianowicie woził ze sobą w owym wagonie różne chemikalja, które mu służyły do jego doświadczeń. Pewnego razu pękła wskutek wstrząśnień pociągu jedna z butelek, zawierająca jakąś łatwo palną substancję. Powstał pożar, który wprawdzie ugaszono, ale zawiadowca pociągu, któremu „rupieciarnia“ Edisona oddawna była solą w oku, zakazał odtąd wydawania pisma w pociągu.

Tak skończyła się karjera dziennikarska Edisona, który jednak z właściwą sobie sprężystością przerzucił się na inne pole. Polem tem — to telegrafja i elektrotechnika, która mu z czasem przyniosła wszechświatową sławę i olbrzymi majątek.

Z fabrykacji ołówków w Niemczech.

Fabrykacja ołówków w Niemczech rozwinęła się około r. 1840. Poprzednio wkradały się ołówki niemieckie jako fabrykaty angielskie lub francuskie na rynki zagraniczne, które w 18 i na początku 19 wieku miały sławę ustaloną. Tańsze ceny wyrobów norymberskich stały się z biegiem lat konkurencją nieznośną dla firm francuskich i angielskich.

Tak było przed wojną. Podczas wojny rujnował przemysł niemiecki celowo fabrykację ołówków w okupowanej b. Kongresówce, ponosił wszakże szalone straty na rynku wszechświatowym, który był dlań zamknięty. Po wojnie fabrykanci ołówków w Norymberdze, gdzie główna mieści się siedziba przemysłu niemieckiego, przechodzą bardzo poważne przesilenie. Fabrykacja urządzona na eksport w najszerszym zakresie — a eksport ten maleje coraz bardziej wskutek twardych warunków pokojowych, podyktowanych w Wersalu po wojnie przegranej. Naprzykład dostawa surowca znacznie zmalała i jest coraż bardziej zagrożoną. Główne surowce, jak drzewo cedrowe i grafit trzeba koniecznie z obcych krain sprowadzać. Przez całe dziesiątki lat sprowadzano drzewo cedrowe jedynie z Ameryki Północnej i Indji, w kilka lat dopiero przed wojną zorganizowano dostawę z kolonji niemieckiej w Afryce Wschodniej. Grafit znajdywano jeszcze na początku 19. stulecia jedynie w Anglji środkowej, szczególnie w Kumberlandji. W r. 1847 odkryto pokłady grafitu w Syberji. Natychmiast fabrykanci ołówków z Norymbergji zainteresowali się grafitem syberyjskim, a przekonawszy się o jego zaletach i doskonałości, urządzili się sprytnie i już od roku 1856 zakontraktowali dla siebie całą eksploatację grafitu syberyjskiego. Odtąd zaczął się rozkwit niemieckiego przemysłu ołówkarskiego, który do czasów wojennych z powodzeniem wypierał na rynku wszechświatowym przemysł angielski i francuski. Wyroby niemieckie rozchodziły się po Europie całej, w Ameryce, w Afryce i Azji. Wszędzie masowo spotykać było można wyroby A. W. Fabera i innych. Jeszcze później zaczęto eksploatować grafit w Hiszpanji, w Meksyku, na Cejlonie, w Czechach, a w drobniejszem rozmiarze także w Bawarji. Wszędzie skrzętny przemysł niemiecki był zainteresowany.

Po wojnie nastał wprost rozpaczliwy stan dla przemysłu ołówkarskiego w Norymberdze. Na miejscu znajdował się coprawda wyszkolony sztab wykwalifikowanych robotników, lecz wskutek niskiego stanu waluty niemieckiej coraz bardziej się pogarszającego, sprowadzanie koniecznie potrzebnego surowca napotykał na trudności dawniej niesłychane. Nie dosyć na tem. Inne kraje o korzystniejszych warunkach produkcji same zajęły się fabrykacją ołówków czarnych i kolorowych, w innych znów nałożono wysokie cła ochronne. I Polska coraz bardziej odpada jako rynek zbytu dla fabrykantów norymberskich, w miarę potęgowania i doskonalenia się naszego przemysłu krajowego. A na rynku wszechświatowym coraz groźniejszą konkurencję stanowią Stany Zjednoczone Ameryki Północnej. Konkurencja amerykańska, zorganizowana na szeroką skalę, już od roku 1890 dotkliwie odczuwać się dała, a obecnie ma sprawę jeszcze łatwiejszą.

Przemysł norymberski krząta się, jak może, ażeby odżyć, ażeby znowu zasłynąć i opanować położenie, ażeby produkcję wydoskonalić, ażeby wywóz powiększyć. W ostatnich dwóch latach po wojnie, o ile zapas rzeczywisty i „zarekwirowany“ surowca jeszcze starczył, fabrykanci trzymali się na wyżynie jako tako. Coraz bardziej ich jednak przytłaczają skutki przegranej wojny i stąd zmienionej konjunktury handlowej. Olbrzymie ubikacje fabryczne, powstałe w czasach rozkwitu i rozwoju przemysłu niemieckiego narażone są na coraz to smutniejsze opustoszenie. A tak, minął czas „rekwirowania“ a nastał okres bolesnych a sprawiedliwych „reparacji“. Robocizna w Niemczech coraz droższa, podatki coraz wyższe. Co robić? Istnieje zamiar przełożenia fabrykacji gotowej do innych krain, ażeby znowu wypłynąć. Strzeż się Polsko! Podczas wojny skierowali Niemcy działa na naszą fabrykę St. Majewskiego i Ska., Tow. Akc.

w Pruszkowie pod Warszawą, a cenne maszyny wywieziono do Niemiec. Opowiadają, że jednym z dowódzców artylerji niemieckiej, która zburzenia dokonała, był jakiś oficer z rodziny Faberów! Fabryka St. Majewskiego i Ska. była solą w oku fabrykantów niemieckich, dorównywała zupełnie mniejszym fabrykantom w Norymberdze. Ażeby znowu się rozwinęła, ażeby zupełnie opanowała nie tylko rynek krajowy, lecz mogła wypłynąć na rynki zagraniczne, jest naszem szczytnem życzeniem. Krzywd wojennych doznanych na ziemi polskiej nie zapomnimy tak łatwo i odpowiemy intensywną pracą i dotkliwą konkurencją Niemcom zaborczym nietylko na polu politycznem lecz i gospodarczem.

Z rynku papierniczego.

Niemcy. Z początkiem grudnia roku ubiegłego dało się odczuć na rynku papierniczym znaczne ożywienie. Konjunktura naogół mocna; w ślad za nią — wobec stale postępujących tendencyj zwyżkowych za surowce — nie ustawają przemysłowcy w domaganiu się wyższych stawek za swe fabrykaty.

Dotąd nastąpiły następujące zwyżki cen papieru, obowiązujące od dnia 1. grudnia roku ub.:

Przy papierach pakowych celul. i pergamin. 0 2,50 mk. za 100 kg
„ „ drukowych i kancelaryjnych o zawartości substancji drzewnej
gat. I i Ia . . . . o 0,50 „ „ 100 „
„ II—VI . . . . o 2,00 „ „ 100 „
przy papierach kancel. bezdrzewnych w wszelkich gatunkach . . . . o 2.00 „ „ 100 „
przy papierach luksusowych . . . . . . o 3—8 „ „ 100 „
„ bibułach atramentowych . . . . . . o 3—9 „ „ 100 „
„ kartonie (brystol) . . . . o 1—4 „ „ 100 „

Cenę papieru gazetowego podniesiono o 0,50 „ „ 100 „, wynosi ona zatem:

przy papierze rotacyjnym . . . . . . - . 30 „ „ 100 „
„ „ formatowym . . . . 31 „ „ 100 „

Fabryki papieru są bez wyjątku w posiadaniu licznych i niejdnokrotnie wielkich zleceń, tak że nawet zakłady, dotąd tylko w części uruchomione, są obecnie w pełnym biegu. Niemiecki przemysł papierniczy spogląda z pewną siebie otuchą w przyszłość wobec coraz silniej i konkretniej się zarysowującego zapotrzebowania na światowym rynku papierniczym, szczególnie do Ameryki Północnej i Południowej, a także Azji i Australji. Wywóz papieru do Francji, Belgji, Włoch, Hiszpanji i do krain zamorskich wzmógł się w ostatnim czasie dość znacznie. Stan zatrudnienia drukarń jak i innych gałęzi przetwórczości papierniczej jest dobry.

Ceny za celulozę doznały w tym samym czasie następujących podwyżek:

przy gat. IIa. niebielony . . . . o 1.00 mk. za 100 kg
przy wszystkich innych gatunkach . . . . o 1,50 „ „ 100 kg

Temsamem wynoszą ceny za celulozę „suchą na powietrzu“ za 100 kg franko stac a odbiorcy:

przy gat. IIa. niebielony . . . . 24,25 mk.
„ „ Ib. niebielonej . . . . 25,75 „
„ „ Ia. normalnej . . . . 26.75 „
„ „ Ia. podatnej do bielenia . . . . . 28,75 „
„ „ IIa. bielonej . . . . 33.50 „
„ „ Ia. bielonej . . . . 35,00 „

Austrja. Rynek papierniczy ożywił się cośkolwiek. Także wywóz zagraniczny nazwać można zadawalającym, mimo silnej rywalizacji Niemiec. Eksportowano w przeważnej części do państw wschodnich i zamorskich, albowiem konkurencja na rynkach północnych i zachodnich silniej daje się odczuwać, aniżeli na rynku wschodnim. Fabryki celulozy są w pełni zatrudnione i w posiadaniu licznych zamówień.

Szwecja. Panuje tutaj obecnie ożywiony popyt na wszelkie gatunki celulozy siarczynowej. Zauważyć można pewne polepszenie się rynku angielskiego i wiele zapowiadający nastrój wśród angielskich kół przemysłowych z powodu zwycięstwa obozu konserwatywnego. Francuscy fabrykanci pozostają nadal w wielkiej rezerwie w pokrywaniu swych zapotrzebowań. Amerykański rynek wykazuje największy popyt, tak że szwedzcy fabrykanci celulozy mają wszelkie dane po temu, by liczyć się ze wzmożonym odbytem swych wytworów w roku bieżącym. Ilość wywiezionej do Ameryki w roku 1924 masy papierniczej obliczają na 270.000 ton celulozy sulfitorej i 190.000 ton celulozy sulfatowej. Ceny pozostały w ogólności bez zmian.

Norwegja. I tutaj panuje mocna konjunktura na rynku celulozowym. Za to papiernictwo skarży się na dalszy zastój, spowodowany zmniejszeniem się popytu zamorskiego. Ceny papieru pozostają mimo to niezmienione. Największą naogół wziętością cieszą się papiery luksusowe.

Finlandja. Popyt na papier gazetowy osłabł w ostatnim czasie. Zmniejszył on się szczególnie ze strony rynku angielskiego, ponieważ Australja „jako dość znaczny rynek zbytu, w papierze gazetowym, przechodzi coraz więcej pod wpływy Kanady. Transakcje zamorskie uległy również znacznemu pogorszeniu. — Na rynku celulozowym panuje względny spokój, bowiem fabrykanci nie starają się narazie szczególnie o zbyt swych wytworów, których zapas jest obecnie tak czy tak dość nikły. Ceny pozostały w ostatnim czasie niezmienione.

Anglja. Tendencja na rynku celulozowym nadal słaba; ceny nie uległy poważniejszej zmianie. Na wypadek podniesienia się kursu szterlinga oczekiwa się polepszenia obecnego położenia na rynkach tak papierniczym jak i celulozowym. — Stosunkowo dość dobrym popytem cieszyły się papiery „esparto“, które też podniosły się cośkolwiek w cenie. Dowóz surowca z Afryki był nikły.

Francja. Mimo mocnej tendencji cen wykazuje francuski rynek papierniczy względny spokój. Powodem takiego stanu rzeczy jest nadal niestałość kursu franka. — Zapotrzebowanie krajowe jest zadawalające.

Notatki

Podatek obrotowy za II półrocze 1924. Izba skarbowa wezwała płatników podatku przemysłowego pierwszej i drugiej kategorji przedsiębiorstw handlowych oraz pierwszych pięciu kategorji przedsiębiorstw przemysłowych, by złożyli zeznania o obrocie osiągniętym w ciągu drugiego półrocza roku 1924.

Zeznania muszą być złożone w terminie od dna 1. stycnia do 1. lutego 1925 r. w poszczególnych urzędach skarbowych.

Wszystkie przedsiębiorstwa, obowiązane do publicznego składania sprawozdań mają w powyższym terminie złożyć zeznania o obrotach wszystkich należących do nich zakładów lub każdego oddzielnie, w tej izbie skarbowej, w okręgu której znajduje się siedziba zarządu firmy.

Za niezłożenie zeznania, lub złożenie niezupełnych danych, grozi kara do 350 złotych. Pozatem wysokiej karze ulegnie podatnik, składający świadomie fałszywe dane.

Płatnicy podatku przemysłowego nie należący do powyższych kategorji mogą również składać zeznania o obrocie, aczkolwiek ustawowo nie ciąży na nich ten obowiązek.

„Nieboszczka“ marka. Jak wiadomo, ostateczny termin wymiany marek polskich upływa z dniem 30. czerwca b. r. Warto przytoczyć kilka cyfr tyczących się naszego „umarłego“ pieniądza. Ogólny obieg marek dosięgnął sumy 570 biljonów marek, państwowe zaś zakłady graficzne wybiły banknotów markowych od 1918 do 1924 roku na łączną sumę 1,164,782,624,135 tys. W tym celu zużyto 82,223,900 arkuszy, co czyni 328 wagonów, lub 11 pociągów towarowych którymi trzebaby wywieść nasze „mareczki“. Oficjalna likwidacja P. K. K. P. („rodzicielki“ marek), nastąpiła z dniem 30 maja ub. r. a ostatni bilans sporządziła P. K. K. P. w dniu 27 kwietnia, pierwszy zaś bilans Banku Polskiego ukazał się w dniu 10 maja 1924 r.

Ogólny obieg pieniężny przedstawiał wówczas wartość 375,914,000 zł, w czem 111,170,000 przypadło na obieg biletów bankowych, a 252,013,000 zł na wartość obiegu marek. Z takim zapasem pieniędzy wkroczyliśmy w nowy okres pracy.

Dziś obieg pieniężny według wykazu B. P. z dnia 30 grudnia nie przekroczy 600 miljonów zł, a z 570 biljonów marek polskich pozostało zaledwie 3,3 biljony.

Z Generalnej Dyrekcji Poczt i Telegrafów. W związku z rozporządzeniem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 15 listopada 1924 r. (Dz. U. R. P. Nr. 101 poz. 928) Generalna Dyrekcja Poczt i Telegrafów wydała następujące zarządzenie w sprawie służby doręczeń i służby zewnętrznej w dniach świątecznych:

W dniach świątecznych znosi się doręczanie przesyłek pocztowych we wszystkich urzędach i agencjach pocztowych, tak w miejscowym, jak i w zamiejscowym okręgu doręczeń.

Wyjątek stanowią: a) telegramy; b) awiza do rozmów telefonicznych; c) przesyłki pospieszne wszelkiego rodzaju; d) paczki z żywemi zwierzętami i zawartością ulegającą szybkiemu zepsuciu.

Przy zbiegu dni świątecznych ustaje służba doręczeń tylko w pierwszym dniu. W drugim dniu świątecznym obowiązuje jednorazowe doręczanie wszystkich przesyłek, w następującym zaś dniu normalna służba doręczeń.

W dzień świąteczny (niedziela), poprzedzający dzień Bożego Narodzenia lub Nowego Roku; obowiązuje normalna służba doręczeń, natomist w dzień Bożego Narodzenia lub Nowego Roku doręczanie ustaje.

Służbę zewnętrzną dla publiczności w dniach świątecznych pełnią urzędy pocztowe skróconą stosownie do postanowień § 2 rozporządzenia Ministra Poczt i Telegrafów z dnia 10 listopada 1923 r. („Monitor Polski“ Nr. 269 z 1923 r.) we wszystkich działach służby. Wyjątek stanowią następujące dni świąteczne: dzień Bożego Narodzenia, Wielkiej Nocy, Zielonych Świąt, Bożego Ciała, Nowego Roku i Konstytucji Trzeciego Maja, w których utrzymuje się tylko dyżury do wydawania przesyłek pospiesznych wszelkiego rodzaju i gazet adresatom, zgłaszającym się po odbiór. Godziny urzędowe, względnie dyżury w zewnętrznej służbie pocztowej dla publiczności w dniach świątecznych regulują Dyrekcję Poczt i Telegrafów, stosownie do wymogów lokalnych, jednak przy utrzymaniu zasady 2 godzin służby. W miejscowościach, w których istnieje więcej urzędów pocztowych (filje), służbę zewnętrzną pocztową, względnie dyżury w dniach świątecznych pełnią tylko urzędy pocztowe, które mają służbę oddawczą. Urzędy pocztowe o służbie tylko nadawczej są zamknięte.

Podwyższenie opłat pocztowych od paczek. Minister przemysłu i handlu wydał rozporządzenie, podnoszące opłaty pocztowe w obrocie paczkowym. Opłaty te wynoszą: od paczek do wagi 1 kg. 50 groszy, 1 do 5 kg. 150 groszy od 5 do 10 kg. 250 gr., 10 do 15 kg. 400 gr., 15 do 20 kg. 600 gr. Rozporządzenie to wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 1925 r., a wywołane jest między innemi dążnością odciążenia ruchu pocztowego od nadmiernego obrotu paczkowego, tłomacząc się poniekąd względną taniością opłat pocztowych dotychczas.

Nowe znaczki pocztowe. Ministerstwo Przemysłu Handlu wprowadza od 1 stycznia 1925 r. w obieg nadzwyczajne pocztowe znaczki opłaty z napisem: „Na skarb gr 50“. Znaczki te opiewają po groszy: 1, 2, 3, 5, 10, 15, 20, 25, 30, 40 i 50. Są to dotychczas używane marki pocztowe z nadrukiem w kolorze białym Cena nabycia jest o 50 groszy wyższa od normalnych a kwota, którą Rząd spodziewa się z tych nadzwyczajnych znaczków osiągnąć w sumie 550.000 zł przeznaczona jest na potrzeby Skarbu Państwa. Rozporządzenie zastrzega, że nikt nie może być zmuszony do kupna tych znaczków, zamiast znaczków normalnej emisji.

Ogłoszenia: 1/1 strona 50 zł. 1/2 str. 25 zł. 1/4 str. 13 zł. 1/8 str. 7 zł. 1/16 str. 4 zł. 1/32 str. 2 zł. Na str. I okł. 100%, na stronie II, III i IV okł. 50% więcej. Dla poszuk. posad 50% opustu. Numery okazowe i dowodowe opłaca się. Ogłoszenia przyjmuje się do środy rana godz. 9.

Przedpłata kwartalna 4,50 zł., miesięczna 1.50 zł. z dostawą w dom. Numer pojedyńczy 50 groszy.

Konto czekowe P. K. O. Nr. 202 868.
Nakładem „Hurtowni Drukarskiej“, Tow. Akc. w Poznaniu, Stary Rynek nr. 4. Telefon 2555
Redaktor: Teodor Kryg w Poznaniu.

Drukarnia Polska Tow. Akc. w Poznaniu.